



Pistor: Nachhaltigkeit im Lebensmittelgrosshandel



Genossenschaft der Schweizer Bäckereien seit 1916



- Gewerbliche Kunden 6'300
- Sortiment (Artikel) 17'000
- Kundenbestellungen (60% Digital) 762'000
- Kundenanlieferungen 267'300
- Gefahrene Distanz LKW 106 x Erde
- Transportvolumen 137 Mio. Kg
- Lastwagen (3 Temperturen) 85 (inkl. 2 Elektro)

- Mitarbeitende 500
- Umsatz 2016 617 Mio. Chf

- Seit 10 Jahren aktiv in Nachhaltigkeit

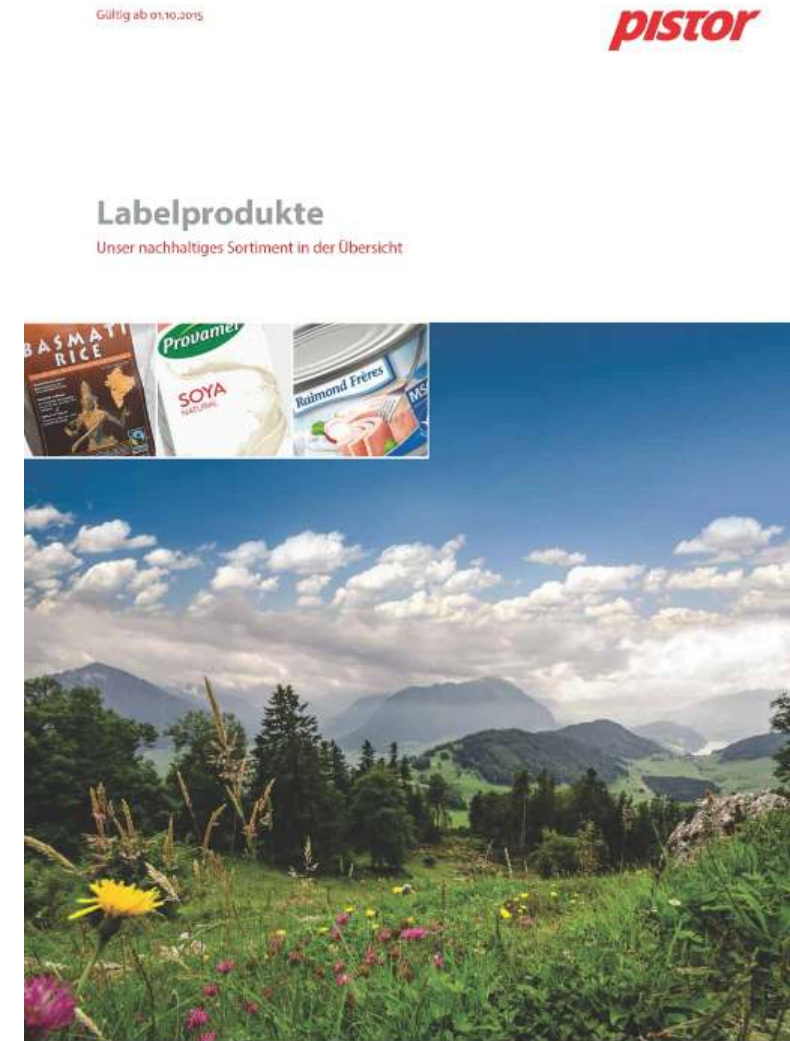


Transparenz durch Reporting



- **Kennzahlen Entwicklung**
- **Statements CEO & VRP**
- **Nachhaltigkeitsziele Zukunft**
- **Einblicke Leistungsbereiche**
 - *Distribution & Mobilität*
 - *Infrastruktur & Betriebsmittel*
 - *Mitarbeitende & Soziales*
 - *Beschaffung & Lieferanten*
 - *Kunden & Dienstleistungen*
 - *Öffentlichkeit*
- **Statements unserer Partner**
- **Verwurzelung Nachhaltigkeit**

High Lights der externen Kommunikation 2017



Langfristiges Ziel: 30% Ressourcenverbrauch vs. 2015



Vision – Leitbild – Strategie – Massnahmen

Kunden & Dienstleistungen

Beschaffung & Informationen

Infrastruktur & Betriebsmittel

Mitarbeiter & Kultur

Konkrete Ergebnisse (2 Beispiele):



Leistungsvolumen & Ressourcen	Einheit	Menge 2016	Index 2016 vs. 2010
Transportiertes Volumen	To.	137'061	115.4
Gefahrene Distanz LKW	Km	4'261'000	122.4
Kundenanfahrten	Stck	267'267	116.3
LKW-Fuhrpark	Stck	85	125.0
Dieserverbrauch pro 100 Km	Liter	30.4	90.7
Dieserverbrauch pro Tonne	Liter	9.4	89.5

- Höchste Euro-Norm Klassen & Elektro
- Fahrercoaching
- Rückkoppelung Tourenplanung
- Fehlermanagement
- Kundeneinbindung

Sortimentsangebot	Einheit	Menge 2016	Index 2016 vs. 2010
Total Angebot Artikel	Stck	17'325	177.9
Label Artikel	Stck	2'266	560.9
Absatzvolumen Labelartikel	To.	16'288	208.5
Anteil Volumen Labelartikel	%	15.5%	180.2

- Wachstum Frischeprodukte
- Kundenbedürfnisse
- Verkaufsschulung
- Marketing Massnahmen
- Konzeptentwicklung & Schulung Kunden

Herausforderungen Mitarbeiterentwicklung



- Leistungsdruck
- Zeitdruck
- Kostendruck
- Digitalisierung
- Work-Life Balance
- Gesundheit & Sinn

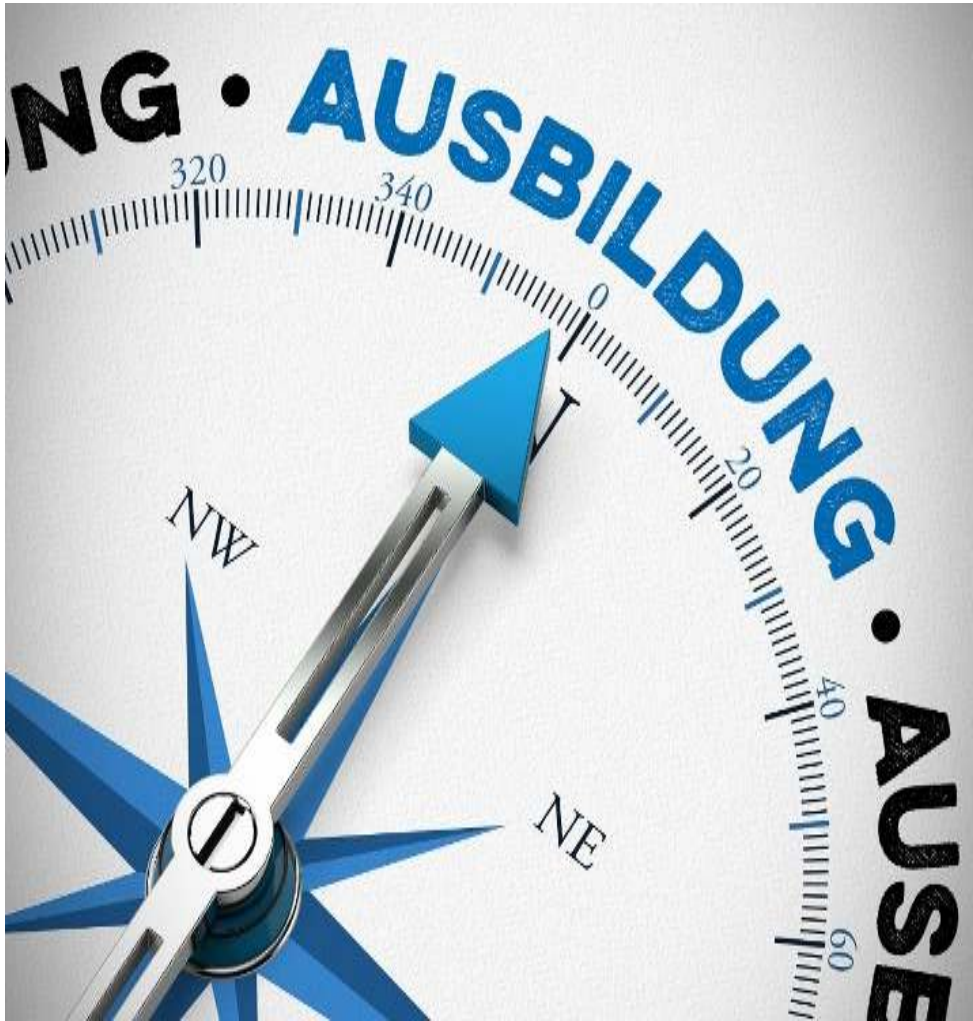
Daueraufgabe Unternehmenskultur & Führung



- Identifikation mit Unternehmen
- Zielfindungsprozess
- Ressourcenplanung
- Offene Kommunikation
- Arbeitsmodelle & Entlohnung
- Innovationsentwicklung
- Verwurzelung Nachhaltigkeit
- Soziale Verantwortung



Externe Aktivitäten sind uns wichtig

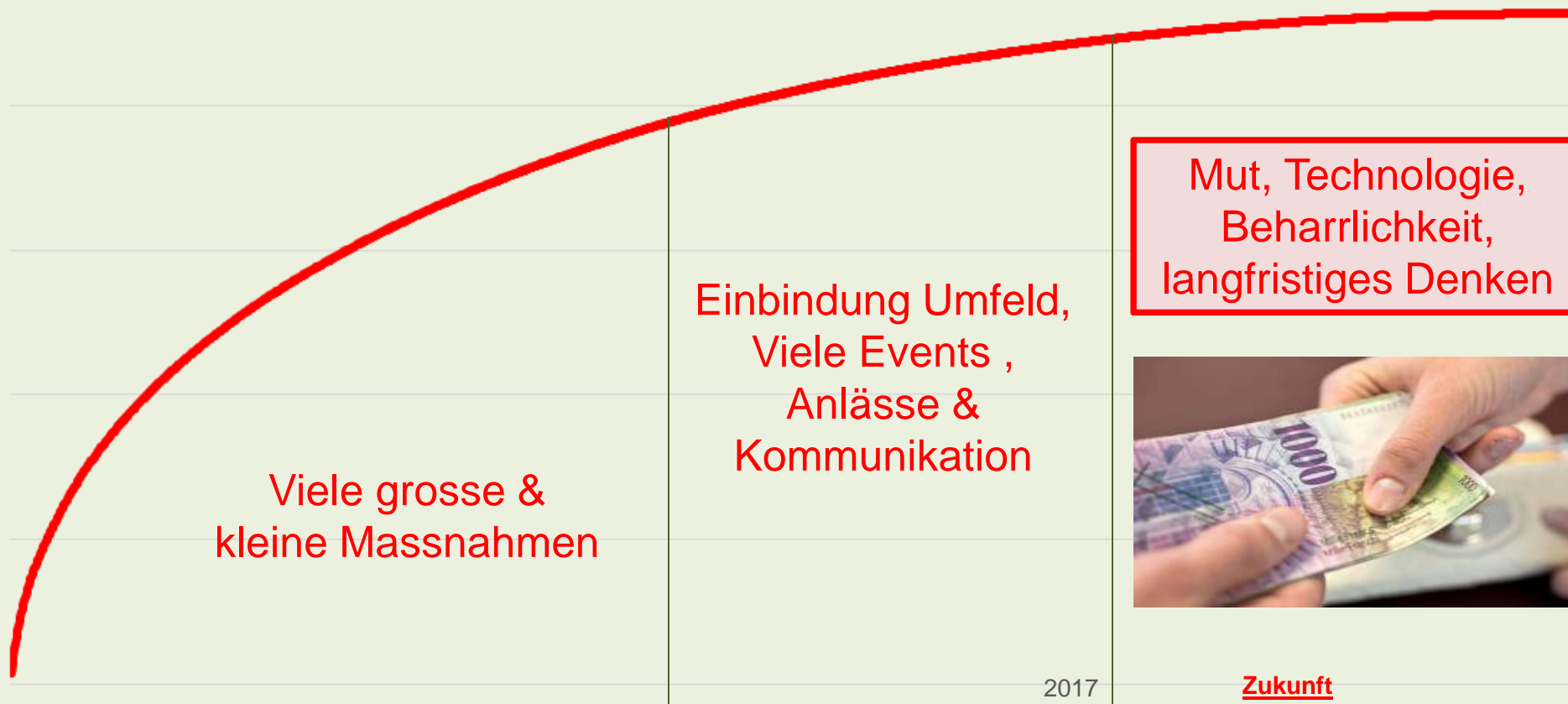


- Fachhochschulen
- Berufsbildung
- Branchenverbände
- United Against Waste

Nachhaltigkeit: Rück- & Ausblick



9 Jahre Massnahmen & Kommunikation





**WIR HABEN NUR 1 ERDE
TATEN STATT VIELE WORTE**